



Mendorong Pertumbuhan UMKM Desa Grujugan Kidul Melalui Strategi Digital Marketing Efektif

Encouraging the Growth of MSMEs in Grujugan Kidul Village Through Effective Digital Marketing Strategies

Muhammad Putrajaya^{1*}, Agus Afandi²
^{1,2} UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

*Correspondensi: muhammadputrajaya5@gmail.com

Article History:

Received: Desember 12, 2024;

Revised: Desember 26, 2024;

Accepted: Januari 09, 2025;

Online Available: Januari 11, 2025

Keywords: Pemasaran Digital, Pengembangan UMKM, Transformasi Digital

Abstract: This study empowers MSMEs in Grujugan Kidul Village through digital marketing strategies using the Asset-Based Community Development (ABCD) approach. Activities included training in Google My Business, business legality, and halal certification. The program significantly enhanced participants' skills, enabling market expansion, increased sales, and improved customer engagement. Despite limited time, the initiative equipped MSMEs to sustain digital practices independently. The findings highlight digital marketing's role in rural business growth and stress the need for extended support and stakeholder collaboration to ensure inclusivity and sustainability. This serves as a reference for developing MSMEs in underserved regions.

Abstrak

Penelitian ini memberdayakan UMKM di Desa Grujugan Kidul melalui strategi pemasaran digital dengan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD). Kegiatan meliputi pelatihan Google My Business, legalitas usaha, dan sertifikasi halal. Program ini secara signifikan meningkatkan keterampilan peserta, memungkinkan perluasan pasar, peningkatan penjualan, dan interaksi pelanggan yang lebih baik. Meski waktu terbatas, inisiatif ini membekali UMKM untuk mempertahankan praktik digital secara mandiri. Temuan ini menyoroti peran pemasaran digital dalam pertumbuhan usaha di pedesaan dan pentingnya dukungan berkelanjutan serta kolaborasi pemangku kepentingan untuk memastikan inklusivitas dan keberlanjutan. Studi ini menjadi referensi untuk pengembangan UMKM di wilayah kurang terlayani.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Pengembangan UMKM, Transformasi Digital

1. PENDAHULUAN

Dari tahun 2019 kontribusi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 57,84% menjadi 60,34%. Informasi ini diperoleh dari berita di situs web Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Selain itu, sektor UMKM juga telah membantu menyerap tenaga kerja dalam negeri. Sejak tahun 2019 sampai sekarang jumlah tenaga kerja dalam negeri yang diserap oleh sektor UMKM tumbuh dari 96,99% menjadi 97,22%. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2018, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mencapai 64.194.057 unit. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 2,02% dari jumlah UMKM pada tahun 2017. Sedangkan desa Grujugan Kidul merupakan desa yang memiliki potensi besar di bidang

UMKM, tercatat desa Grujugan memiliki sekitar kurang lebih 120 UMKM. tetapi masalah besar yang masih terjadi pada para pelaku UMKM di desa Grujugan Kidul adalah masih kurangnya pengetahuan mengenai teknik digital marketing, masalah tersebut sebenarnya tidak hanya terjadi di desa Grujugan Kidul akan tetapi hal ini juga menjadi masalah para pelaku usaha UMKM kebanyakan di Indonesia yang masih menggunakan teknik pemasaran yang bersifat tradisional.

Padahal menurut menurut Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM), Rully Indrawan, terdapat 3 alasan utama yang mendasari pentingnya digitalisasi bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), yaitu: Kemudahan menjangkau pelanggan secara digital, Efisiensi biaya, seperti biaya promosi, transportasi, dan penyimpanan, Kemampuan untuk memperluas jaringan pemasaran hingga ke daerah lain dan bahkan negara lain. Digitalisasi UMKM dianggap penting karena dapat memberikan kemudahan dalam menjangkau pelanggan, meningkatkan efisiensi biaya, serta memperluas jangkauan pemasaran bagi UMKM. Melihat potensi besar tersebut kami yang sedang melakukan pengabdian di desa Grujugan Kidul tertarik untuk mengadakan sosialisasi dengan mengangkat judul “UMKM naik kelas rembuk bersama dan pelatihan digital marketing”.

Sebenarnya program digitalisasi merupakan salah satu program pemerintah untuk mendorong UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) agar dapat memberikan kontribusi yang nyata dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Program digitalisasi bertujuan untuk memfasilitasi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan kinerja dan daya saing, sehingga dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi nasional. penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lobes Herdiman dkk yang menyatakan bahwa digitalisasi pemasaran merupakan salah satu strategi yang efektif dan tepat untuk memajukan dan meningkatkan pemasaran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Selain itu, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Aimmatul Khulwani yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha memiliki tujuan untuk mengembangkan usaha tersebut. Hal tersebut juga menjadi pengetahuan bagi masyarakat bahwa adanya pentingnya strategi pengembangan digitalisasi di teknologi, di mana teknologi telah mengalami kemajuan yang pesat. Selain itu adapun penelitian yang dilakukan oleh Sonny Wijaya dkk menyatakan bahwa digitalisasi UMKM melalui penggunaan media sosial dan platform e-commerce dapat mendongkrak visibilitas,

perluasan akses pasar, serta daya saing mereka. Adapun penelitian dari Fahri Sabililhaq Penerapan teknologi digital dalam bisnis dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses operasional, serta memperluas jangkauan pemasaran pelaku usaha hingga ke wilayah-wilayah terpencil.

Dengan permasalahan tersebut maka kami menyelenggarakan program kerja berupa sosialisasi pelatihan digital marketing dengan mendatangkan pemateri dari Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan. Sebagai upaya tindak lanjut, kami juga melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM dalam pembuatan profil usaha di google maps, pembuatan NIB, serta sertifikasi halal.

2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan ABCD (Asset Based Community Development) itu pendekatan yang berfokus pada aset, kekuatan, dan potensi yang dimiliki. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis permasalahan-permasalahan yang muncul melalui program pengabdian masyarakat yang terjadi pada UMKM. Objek penelitian merupakan orang-orang yang memiliki informasi terkait penelitian dan memahami objek penelitian sebagai pelakunya.

Konsep Asset Based Community Development (ABCD) merupakan proses pembangunan komunitas yang dimulai dengan menemukan aset, keterampilan, dan kapasitas dari warga, asosiasi warga, serta lembaga lokal. Pengembangan komunitas berbasis aset (ABCD) ini dibangun di atas empat pondasi: Berfokus pada aset dan kekuatan (potensi) komunitas, bukan pada masalah atau persoalan yang dihadapi. Mengidentifikasi dan memobilisasi (menggerakkan) aset, keterampilan, dan minat individu serta masyarakat. Didorong untuk membangun komunitas dari dalam keluar (bottom-up). Didorong oleh hubungan (relationship driven). Jadi, inti dari ABCD adalah memanfaatkan dan mengembangkan aset, keterampilan, dan kapasitas yang sudah dimiliki oleh komunitas, alih-alih berfokus pada masalah dan kelemahan. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun komunitas secara mandiri dan berkelanjutan.

Dengan menggunakan metode ABCD Pengabdian ini dilakukan di Desa Grujugan Kidul, Kecamatan Grujugan, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara melihat secara langsung kondisi masyarakat desa Grujugan Kidul.

Selanjutnya, wawancara dilakukan kepada para pelaku usaha UMKM di desa tersebut, seperti pelaku usaha jamu, usaha rambak, dan usaha tusuk sate. Sementara itu, dokumentasi dilakukan setiap tim pengabdian melakukan kegiatan yang berkaitan dengan para pelaku usaha UMKM yang berada di desa Grujugan Kidul. Dokumentasi ini bertujuan untuk merekam dan memvisualisasikan proses pengabdian yang dilakukan.

3. HASIL

Perencanaan

Perencanaan adalah upaya manusia untuk mencapai tujuan, dan merupakan suatu kebiasaan yang dianjurkan (sunnah) karena seluruh kegiatan di dunia dan isinya telah diatur oleh Allah SWT, sehingga dapat berjalan dengan baik hingga saat ini. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW: “Barang siapa menjadi orang yang selalu merencanakan setiap usahanya, maka ia akan diampuni oleh Allah (HR Thabrani). Menurut Erly Suandy, perencanaan adalah sebuah proses yang dilakukan untuk: Menetapkan tujuan organisasi, menyajikan dengan jelas strategi-strategi yang dibutuhkan, menyajikan dengan jelas taktik-taktik yang diperlukan, dan menyajikan dengan jelas operasi-operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi secara komprehensif.

Kegiatan perencanaan ini dilakukan di minggu awal pelaksanaan KKN dengan menggunakan pendekatan ABCD (Asset Based Community Development) berdasarkan perencanaan kelompok: pertama: melakukan observasi, observasi dilakukan oleh kelompok KKN desa Grujugan Kidul kecamatan Grujugan Kabupaten Bondowoso dengan melihat kondisi dan situasi, menjalin komunikasi dengan beberapa pihak seperti kepala desa, kepala dusun, RT, RW, dan beberapa masyarakat untuk mencari data atau informasi mengenai potensi atau asset apa saja yang ada di desa ini.

Kedua, membuat program kerja (proker), setelah melakukan observasi kami menemukan bahwa desa Grujugan Kidul memiliki potensi besar dibidang UMKM karena berdasarkan data yang diperoleh dari perangkat desa terdapat kurang lebih 120 para pelaku usaha UMKM di desa ini. Namun salah satu alasan utama UMKM di desa Grujugan Kidul sulit berkembang adalah karena kebanyakan dari para pelaku UMKM tersebut masih menggunakan teknik pemasaran yang sifatnya tradisional. Dengan demikian kami membuat program kerja sosialisasi kemudian pendampingan sebagai tindak lanjut dari kegiatan sosialisasi.

Sosialisasi Tentang Pentingnya Digital Marketing Bagi UMKM

Menurut David Gaslin, sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan tentang nilai-nilai dan norma-norma masyarakat, agar dapat berpartisipasi sebagai anggota kelompok masyarakat. Pengetahuan tentang nilai dan norma-norma masyarakat dapat diperoleh baik secara dipaksakan maupun tanpa sengaja. Sedangkan menurut David B. Brinkerhoff dan Lynn K. White, sosialisasi adalah suatu proses belajar peran, status, dan nilai-nilai yang diperlukan untuk dapat berpartisipasi dalam institusi sosial.

Digitalisasi merupakan suatu proses yang kompleks, dan terdapat beragam manfaat yang dapat diperoleh dari berbagai jenis kegiatan digitalisasi. Menurut Asaniyah, digitalisasi adalah proses mengubah media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk mengalihkan arsip dokumen ke bentuk digital, untuk fungsi fotokopi, dan untuk membuat koleksi perpustakaan digital.

Maka diperoleh kesimpulan bahwa Sosialisasi digital marketing UMKM merupakan proses pembelajaran dan penyebaran informasi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengenai pemanfaatan teknologi digital dan media internet untuk memasarkan produk atau jasa mereka. Tujuannya adalah agar UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform digital seperti website, media sosial, aplikasi e-commerce dan lainnya untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan penjualan, serta membangun interaksi yang lebih efektif dengan konsumen. Proses sosialisasi ini dapat mencakup pelatihan, edukasi, dan pendampingan bagi UMKM agar memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam menerapkan strategi digital marketing yang sesuai dengan karakteristik usaha mereka.

Mengadakan kegiatan sosialisasi ini merupakan program kerja kami sebagai mahasiswa KKN di desa Grujugan Kidul yaitu dengan mendatangkan langsung pemateri dari Dinas Koperasi Perdagangan Dan Perindustrian dengan mengangkat tema “UMKM Naik Kelas Rembuk Bersama dan Pelatihan Digital Marketing”. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh 120 pelaku UMKM yang berada di desa Grujugan Kidul. Dengan sosialisasi ini diharapkan dapat menambah wawasan para pelaku UMKM tentang apa itu digital marketing, dan memberikan pelatihan kepada mereka tentang teknik memasarkan produk di berbagai sosial media seperti Instagram, Facebook hingga whatsApp, serta memberikan pelatihan dalam pembuatan profil usaha pada aplikasi google maps.



Gambar 1 Sosialisasi diisi oleh Narasumber Ahli dari Diskoperindag Kab. Bondowoso

Bukan hanya hanya sekedar mengadakan pelatihan digital marketing, kegiatan sosialisasi ini juga mengajarkan tentang pentingnya memiliki NIB dan Sertifikasi halal terhadap usaha yang mereka jalani. NIB (Nomor Induk Berusaha) adalah identitas yang diberikan kepada pelaku usaha setelah mereka melakukan pendaftaran melalui Lembaga OSS (Online Single Submission). OSS merupakan satu-satunya pintu masuk bagi semua jenis perusahaan yang akan mengajukan izin usaha di Indonesia. Sedangkan Sertifikasi halal merupakan aspek hukum yang wajib dimiliki oleh pelaku bisnis yang memiliki target pasar umat Muslim. Keberadaan sertifikasi halal dapat memberikan rasa aman bagi konsumen dalam mengkonsumsi produk. Dari perspektif pengusaha, legalitas halal berfungsi sebagai jaminan kualitas dan pemenuhan standar pangan atas produk yang dihasilkan. Hal ini dapat menarik konsumen loyal, meningkatkan keunikan produk dalam persaingan dengan produk pesaing, serta memperluas pasar dan membuka peluang ekspor.

Sebenarnya program kerja sosialisasi mengenai teknik digital marketing seperti ini sudah sering dilakukan, seperti yang dilakukan oleh Mohammad Rizal dkk mengadakan sosialisasi digital marketing bagi pelaku UMKM dengan menggunakan metode ceramah, praktik dan diskusi. Adapun pengabdian yang dilakukan oleh Kukuh Arisetyawan dkk tentang Sosialisasi dengan memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM di Desa Katimoho terkait: Pengertian marketing, efisiensi marketing, pentingnya desain logo, pentingnya branding. Selain itu, kegiatan sosialisasi juga dilanjutkan dengan Focus Group Discussion (FGD). Melalui kegiatan FGD, para peserta diberikan kesempatan untuk saling bertukar pendapat dan berbagi pemahaman.

Namun perbedaan program sosialisasi kami dengan program sosialisasi yang dilakukan sebelumnya adalah ada pada pemateri yang menjelaskan dan memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM. Pada Pengabdian terdahulu biasanya pemateri diisi langsung oleh anggota kelompok KKN itu sendiri, sedangkan kami mengundang pemateri dari Dinas koperasi Perdagangan dan Perindustrian yang ada di Kabupaten Bondowoso. Alasan utama mengundang pemateri dari Dinas koperasi Perdagangan dan Perindustrian adalah karena mereka lebih paham tentang teori dan praktik mengenai hal hal yang berhubungan tentang UMKM khususnya di daerah Bondowoso. kami juga berharap dengan mengundang Dinas koperasi Perdagangan dan Perindustrian dapat membantu memfasilitasi berbagai hal demi memajukan UMKM khususnya yang ada di desa Grujugan Kidul.

Diharapkan dengan sosialisasi ini para pelaku UMKM desa Grujugan Kidul dapat memiliki NIB dan Sertifikasi Halal sehingga dapat memperluas jaringan distribusi produk dan dapat meningkatkan kemampuan dalam memasarkan produk mereka dengan harapan agar dapat memiliki kesempatan untuk meraih pasar, bukan hanya dalam skala nasional namun bahkan bisa sampai pada skala internasional.

Tindak Lanjut Setelah Kegiatan Sosialisasi

Menjelang minggu akhir pelaksanaan KKN kami juga melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM sebagai tindak lanjut dari kegiatan sosialisasi agar program kerja yang kita laksanakan ini tidak sia-sia. karena setelah kegiatan sosialisasi digital marketing, pendampingan UMKM sangat penting untuk memastikan penerapan praktis yang efektif, peningkatan kemampuan pengelolaan platform digital, pengembangan konten pemasaran yang menarik, analisis dan evaluasi kinerja, serta integrasi digital marketing dengan aktivitas offline. Dengan pendampingan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan digital marketing secara optimal untuk meningkatkan penjualan dan daya saing usahanya.

Pada kegiatan pendampingan ini kami hanya memonitoring dengan mendatangi langsung ke rumah para pelaku UMKM agar bisa mempromosikan sendiri produk hasil dari usahanya misal dengan membuat pamflet, video tentang produk mereka kemudian di upload ke beberapa sosial media seperti instagram, facebook, bahkan WhatsApp. Hal ini kami lakukan agar ilmu yang didapat dari sosialisasi tentang teknik digital marketing benar-benar dapat diterapkan sehingga walaupun tanpa adanya kami sekalipun para pelaku UMKM tersebut tetap dapat memasarkan usahanya secara mandiri.

Selain memonitoring, kami juga membuatkan profil usaha di google maps bagi para pelaku UMKM di desa Grujugan Kidul. Profil usaha merupakan gambaran umum mengenai perusahaan yang bertujuan untuk menginformasikan masyarakat tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Profil usaha berisi informasi ringkas, jelas, dan valid mengenai perusahaan, yang ditujukan untuk membangun kepercayaan calon investor dan klien bahwa apa yang disampaikan oleh perusahaan adalah benar adanya. Hal ini merupakan sesuatu yang sangat penting bagi pemilik perusahaan atau bisnis. dan pentingnya sosialisasi.

Untuk pembuatan profil usaha di google maps, kami mendatangi beberapa pelaku UMKM seperti usaha rambak, jamu, dll. dengan mendaftarkan usahanya dan melengkapi terkait informasi apa saja yang diperlukan seperti nama usaha, jam operasional, lokasi, deskripsi produk, serta foto-foto produk. Dengan demikian jika ada konsumen yang ingin membeli ataupun memesan dapat dengan mudah menemukan dan mendapatkan informasi tentang produk-produk UMKM tersebut ketika melakukan pencarian di aplikasi Google Maps.

Selanjutnya kami juga melakukan pendampingan terkait pengurusan Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) bagi para pelaku UMKM, dari pendampingan ini kami telah berhasil membuatkan 3 NIB UMKM di desa Grujugan Kidul. Sedangkan untuk pembuatan sertifikasi halal masih dalam tahap proses pengantrian karena kuota dari BPJPH sudah penuh, dan baru akan dibuka kembali di akhir bulan Agustus.



Gambar 2 Akomodasi dan Advokasi Pembuatan NIB kepada Pelaku UMKM Lokal

Dikarenakan keterbatasan waktu pengabdian kami, maka tentunya kami belum bisa melakukan pendampingan kepada seluruh pelaku UMKM di desa Grujugan Kidul. Oleh karena itu kami melakukan koordinasi dengan Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian agar bisa memasukkan para pelaku UMKM desa Grujugan Kidul ke grup WhatsApp resmi Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian. Dengan demikian maka para pelaku UMKM bisa meminta bantuan secara langsung kepada dinas terkait pembuatan NIB dan Sertifikasi halal serta teknik-teknik digital marketing.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh mahasiswa KKN di desa Grujugan Kidul berfokus pada upaya meningkatkan kemampuan digital marketing pelaku UMKM di desa tersebut. Melalui observasi, ditemukan bahwa UMKM di desa ini memiliki potensi besar namun terkendala pada teknik pemasaran tradisional. Oleh karena itu, program kerja utama yang dijalankan adalah memberikan sosialisasi dan pendampingan terkait pemanfaatan teknologi digital dan media internet untuk pemasaran produk dan jasa UMKM.

Secara teoritis, kegiatan ini berlandaskan pada konsep sosialisasi sebagai proses pembelajaran nilai dan norma masyarakat agar dapat berpartisipasi aktif. Selain itu, digitalisasi dipandang sebagai proses transformasi media analog menjadi bentuk digital yang memberikan beragam manfaat. Secara praktis, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan UMKM di Grujugan Kidul dalam menerapkan strategi digital marketing yang sesuai dengan karakteristik usaha mereka, sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan penjualan, dan membangun interaksi yang lebih efektif dengan konsumen.

Meskipun kegiatan pengabdian ini telah memberikan dampak positif bagi UMKM di desa Grujugan Kidul, terdapat keterbatasan dalam cakupan peserta sosialisasi dan durasi pendampingan yang relatif singkat. Untuk itu, diperlukan tindak lanjut berupa program pengabdian yang lebih komprehensif dan berkelanjutan, serta melibatkan berbagai pemangku kepentingan terkait, seperti pemerintah daerah dan asosiasi UMKM, guna mendukung transformasi digital yang lebih menyeluruh di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa Grujugan Kidul beserta seluruh perangkat desa atas dukungan dan kerja sama selama pelaksanaan program ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pelaku UMKM di Desa Grujugan Kidul yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, dari sosialisasi hingga pendampingan. Penghargaan khusus diberikan kepada Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bondowoso atas kontribusi mereka sebagai pemateri dalam pelatihan digital marketing, yang memperkaya wawasan dan memberikan solusi praktis bagi pelaku usaha. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan kegiatan ini. Semoga kontribusi ini dapat membawa manfaat berkelanjutan bagi UMKM di Desa Grujugan Kidul dan sekitarnya.

DAFTAR REFERENSI

- Anaqi, I., Kurniawan, D., Marcela, T. P., Claudia, D., Jorger, V., Aziz, P. N., Suranti, N., Sukmah, M., & Ariescy, R. R. (2023). Pengembangan digitalisasi marketing usaha UMKM untuk meningkatkan mengembangkan UMKM masyarakat. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 171–179. <https://doi.org/10.59841/jai.v1i2.112>
- Arisetyawan, K., Rachmawati, L., Nur'aini, S., Nur Adha, A. A., Firmansyah, A. H., Ardini, C. A., & Ariyadi, A. A. (2023). Sosialisasi digital marketing UMKM dalam optimalisasi potensi ekonomi desa. *International Journal of Community Service Learning*, 7(2), 239–247. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJCSL/article/view/56878>
- Hanim, L., Maryanto, H., Djunaedi, H., & Wahyono, H. D. (2020). Pemahaman warga Sembungharjo terhadap pentingnya nomor induk berusaha (NIB) dalam meningkatkan ketahanan ekonomi. *Webinar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 349–356. <https://jurnal.uns.ac.id/aktivita/article/viewFile/59603/34839>
- Herdiman, L., Azizah, N. N., Adynata, I., Mahendra, N. F., Rihhadatuluisy, N. A., Haq, M. H. H., Murtinanda, F., et al. (2022). Sosialisasi pelatihan dan digitalisasi dalam usaha peningkatan UMKM di desa Trayu. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(11), 4823–4829. <http://jiip.stkipyapisdompou.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/1096>
- Karmila, W., & Taufik, D. N. (2023). Upaya peningkatan pendapatan keluarga melalui pelatihan pembuatan tempe di Desa Banyuresmi Garut. *Al-Khidmah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 47–61. <https://jurnal.staip.ac.id/index.php/khidmah/article/view/93>
- Khulwani, A., Hakim, A. R., & Hakim, A. R. (2023). Sosialisasi strategi pengembangan digitalisasi UMKM di desa Sabajaya. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(1), 452–456. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/3614>
- Lahamit, S. (2021). Sosialisasi peraturan daerah dalam rangka optimalisasi fungsi legislasi

- anggota DPRD Provinsi Riau (Studi pelaksanaan sosialisasi peraturan daerah di masa pandemi Covid-19). *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 7(1), 32–45. <https://journal.uir.ac.id/index.php/JIAP/article/view/6766>
- Legowo, M. B., Prayitno, D., & Indiarso, B. (2021). Program kemitraan masyarakat untuk sosialisasi program digitalisasi UMKM di wilayah Jakarta Pusat. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 3(2), 588–601. <https://journal.upy.ac.id/index.php/lppm/article/view/1766>
- Rizal, M., Laila, A. N., Ali, N., Rohmah, N., Maula, M. H. N., & Waasiah, R. (2021). Sosialisasi digital marketing bagi pelaku UMKM di desa. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(4), 287. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/JP2M/article/view/13569>
- Sabililhaq, F., Keliobas, F. M., Yulianti, L., Adam, M., Dwinata, R., & Naully, D. (2023). Program edukasi digitalisasi UMKM dalam rangka UMKM yang berbasis digital. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/download/20117/9777>
- Saputra, Y. A., & Redaputri, A. P. (2023). Pendampingan dan sosialisasi sertifikasi halal bagi UMKM mitra binaan Rumah BUMN Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 978–984. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/932>
- Selasi, D., Umam, K., Putriani Alfiyanti, D. R., Romdiyah, S., Nurkhasana, L., Andriani, R., M, S. J., et al. (2021). Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development): Upaya peningkatan pendapatan keluarga melalui pelatihan pembuatan telur asin di Desa Marikangen Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon. *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 176–188. <https://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/etos/article/view/532>
- Solikhin, A., Syarif, A., Utama, A. N. B., & Malinda SB, I. (2023). Pelatihan penyusunan arus kas (cashflow) dan pembuatan profil usaha bagi kelompok UMKM Sahabat Berdikari Mandiri. *Journal of Community Engagement Research for Sustainability*, 3(4), 215–222. <https://cers.ejournal.unri.ac.id/index.php/cers/article/view/322>
- Sufi, R. A., & Suharti, L. (2021). Pengaruh motivasi intrinsik dan pengetahuan TIK terhadap kesiapan digitalisasi UMKM dengan faktor demografi sebagai variabel pemoderasi (Studi pada UMKM kuliner di Salatiga). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 107–120. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/39311>
- Tim Penyusun UIN KHAS Jember. (2024). Kuliah kerja nyata ABCD UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. LP2M UIN KHAS Jember. www.lppm@uinkhas.ac.id
- Wahyu, F., & Agung, W. (2022). Digitalisasi absensi siswa di SMA Negeri 1 Petanahan. *JURNAL SINKOM (Sistem Informasi, Informatika dan Komputer)*, 2(1), 28–40. <https://jurnal.amikpgrikebumen.ac.id/index.php/journalsinkom/article/view/35>
- Wijaya, S., Afifah, Y. D. N., Permana, O., Muzzaky, M. A., Fazriyah, L., Saputra, M. F., Lestari, L. P., et al. (2023). Legalitas dan digitalisasi UMKM Blangkon Pacul Gowang dan pakaian adat di Desa Sawocangkring Sidoarjo untuk mendukung SDGs. *Open Community Service Journal*, 2(2), 100–112. <https://opencomserv.com/index.php/OCSJ/article/view/42>
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya percepatan pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 18(2), 32. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/mia/article/view/2528>